



УНИВЕРЗИТЕТ У КРАГУЈЕВЦУ
ЕКОНОМСКИ ФАКУЛТЕТ

Економски факултет - Буре Пуцара Старог з 34000 Крагујевац - Централа 034 303 500, Служба за наставна и студентска питања 034 303 597, Фах: 034 303 516, Е- mail: ekfak@kg.ac.rs, web: www.ekfak.kg.ac.rs

ПИТАЊА ЗА ПРИПРЕМУ ПРИЈЕМНОГ ИСПИТА НА МАСТЕР АКАДЕМСКИМ СТУДИЈАМА

НАСТАВНИ ПРЕДМЕТ: ИСТРАЖИВАЊЕ ТРЖИШТА

ЛИТЕРАТУРА ЗА ПРИПРЕМУ ПРИЈЕМНОГ ИСПИТА:

**Анђелковић Слободан, Понашање потрошача у маркетинг истраживањима, ВПШ, Београд, 2001.
(делови: I, II и III)**

ПИТАЊА ЗА ПРИПРЕМУ ПРИЈЕМНОГ ИСПИТА (50 ПИТАЊА):

1. Дефинисање маркетинг истраживања (према Kinnear-у Tayllor-у)
2. Дефинисање маркетинг истраживања (према Америчком удружењу за маркетинг)
3. Дефинисање маркетинг истраживања (према Котлеру)
4. Шта су то фундаментална истраживања
5. Шта су то примењена истраживања
6. Основна подручја маркетинг истраживања (према Kinnear-у Tayllor-у)
7. Који су то контролисани фактори у моделу маркетинг система
8. Који су то неконтролисани фактори у моделу маркетинг система
9. Шта су то бихевиористичке реакције у моделу маркетинг система
10. Наведите мерила перформанси
11. Објасните основне компоненте процеса управљања маркетингом
12. Шта је то: „Анализа ситуације“.

13. Наведите основне подсистеме Котлеровог модела Маркетинг информационог система.
14. Наведите фазе маркетинг истраживања (према Churchill-у)
15. Наведите фазе маркетинг истраживања (према Kinnear-у Tayllor-у)
16. Експлоративно истраживање
17. Дескриптивно истраживање
18. Каузално истраживање
19. Шта су то секундарни подаци
20. Шта су то примарни подаци
21. Наведите интерне изворе прикупљања података
22. Наведите екстерне изворе прикупљања секундарних података
23. Путем којих метода се прикупљају примарни подаци
24. Наведите врсте примарних података (према Green-у и Tull-у)
25. Објасните најзначајније показатеље коњуктуре
26. Предности секундарних података
27. Недостаци секундарних података
28. Полуструктурирани дубински интервју
29. Шта су то групне дискусије
30. Тест недовршене реченице
31. Тест асоцијације речи
32. Тест тумачења слике
33. Тест аперцепције теме
34. Техника играња улога
35. Структурирано и неструктурирано посматрање

36. Директно и индиректно посматрање
37. Који критеријуми се користе за оцену валидности примене личног интервјуа
38. У којим случајевима, приликом конципирања упитника, могу се испитаницима поставити питања која нису део планиране анализе
39. Како се спроводи прелиминарно тестирање упитника
40. Ординална скала
41. Семантички диференцијал скала
42. Како се дефинише експеримент
43. Објасните комплекснији облик експеримента
44. Екстерна валидност експеримента
45. Скицирајте и објасните експериментални план: „Пре-после без контролне групе“
46. Скицирајте и објасните експериментални план: „Само после са контролном групом“
47. Шта је то узорак
48. Наведите фазе планирања узорка
49. Објасните ограничења примене простог случајног узорка
50. Објасните разлику између пропорционалног и непропорционалног стратификованог узорка